

14 marzo 2018 10:44

Dante Alighieri, Riccardi: cultura non è inerte, comunicare vuol dire mettere in comune



“La cultura non è una materia inerte, ma ciò su cui si basa la convivenza sociale perché comunicare significa mettere in comune”. Con queste parole, il Presidente della Società Dante Alighieri **Andrea Riccardi** introduce la pubblicazione del volume *Geocultura, prospettive, strumenti, strategie per un mondo in italiano*, l'annuario della Società Dante Alighieri. Il libro si propone come un vero e proprio “strumento” di lavoro per promuovere l'italofonia nel mondo o, meglio, l'italsimpatia, concetto contrapposto all'italnostalgia. Strutturato su un'idea di ascolto, collaborazione e dialogo, lo studio raccoglie contributi di specialisti tra cui Luca Serianni, Massimo Vedovelli, Paolo Balboni, Federico Masini, Michele Gazzola, Daniele Mazzacani, Lorenzo Tomasin e Danilo Capasso. Ad alcuni di loro, come Michele Canonica, Arjan Kallço, Anna Jampol'skaja, Hussein Mahmoud, Gilles Kuitche Talé, Anthony Tamburri, Federico Guiglia, Valerio Cappozzo, è stato chiesto anche di approfondire alcune aree geografiche per ricostruire una mappa della presenza dell'italiano nel mondo.

Ai contributi si accompagnano i dati statistici sulle diverse attività della Società Dante Alighieri, consolidati all'anno 2016, sia a livello centrale sia nei 500 centri suddivisi tra comitati, centri certificatori, scuole di italiano e altre articolazioni della rete. L'annuario, ideato da Alessandro Masi e curato da Valeria Noli, corredato da mappe originali disegnate da Laura Canali, si propone come utile strumento di lavoro per chi opera nell'ambito della promozione culturale e linguistica italiane nel mondo.

RICCARDI: ITALIANO LINGUA DI PACE, NON AUTORITARIA MA AUTOREVOLE

“All'estero si è attratti dall'essere italiani, dalla nostra cultura ed

enogastronomia, dalla socialità allo stile di vita, dall'arte all'impresa – prosegue Riccardi nella sua introduzione -. Non è un fatto nuovo: dal mondo si continua a “chiedere Italia”. La sfida di oggi è anche quella di rispondere in modo attivo e concreto. Fare rete con altri attori istituzionali e con l'impresa, aggregare in forme concrete l'interesse che il mondo dedica all'Italia, rispondere a questo interesse offrendo occasioni per conoscerla meglio, visitarla, gustarne i prodotti o i colori della sua arte. Un tempo per promuoversi sembrava sufficiente raccontarsi; oggi non possiamo più limitarci a questo, per creare il dialogo bisogna anche ascoltare”.

Per Riccardi la sfida quindi è aprirsi al mondo senza chiudersi: “La forza dell'italiano non si misura sulla dimensione della diffusione delle grandi lingue (cinese, spagnolo o arabo) o dell'inglese veicolare: è la lingua dell'umanesimo, e può attingere a un patrimonio secolare di tradizioni e conoscenze che ne fanno, alla fine, anche una lingua di pace storicamente legata a una diffusione non egemonica. Non è autoritaria, ma autorevole”.

Approfondimenti:

[Il testo dell'introduzione di Andrea Riccardi al volume](#)

Ag|Cult

Agenzia giornalistica **AgCult**
registrazione al Tribunale di Roma 195/2017
Via Cattaro, 28 - 00198 Roma
redazione@agcult.it